**Namn: Ellen Kraft**

**Bolag: PE Acounting**

**Position: Acountant**

**A. Trender & behov**

1. Vilka är de 2-3 viktigaste trenderna på marknaden för redovisningstjänster/ ekonomiadministrativa och närliggande tjänster?

**1: Automatisering och digitalisering 2: Tillgänglighet och smidighet; att kunden kan snabbt och enkelt få tillgång till beslutsunderlag.**

2. Vilka är topp 2-3 utmaningar för kunder & leverantörer på marknaden för redovisningstjänster / ekonomiadministrativa och närliggande tjänster?

**1: Att hänga med digitalisering 2: Realtid uppdatering; man vill ha snabba beslutsunderlag.**

3. Hur skulle du beskriva kundföretagens 2-3 viktigaste behov avseende dessa tjänster?

**1: Tillgänglighet; att rapporterna uppdateras i en app i realtid. 2: Lätt att förstå systemet. 3: Användarvänlighet. 4: Möjlighet till att integrera systemet; kunden vill kunna koppla sitt eget system till leverantörens system.**

**B. Tillväxt och tjänster**

4. Ca hur stor årlig tillväxt är det på marknaden för redovisnings-/ ekonomiadministrativa tjänster som helhet?

(i) +/- 0%

(ii) ca 1-2 %

**(iii) 3-5 %**

(iv) 6-8 %

(v) >8 %

5. Vilka faktorer driver främst tillväxten?

**1: Digitaliseringen och automatiseringen.**

6. Vilka specifika tjänster har högst tillväxt dvs där efterfrågan ökar mest (på marknaden för redovisningstjänster/ ekonomiadministrativa och närliggande tjänster)?

**1: Rådgivning 2: Ett system för alla redovisningstjänster.**

7a. Om man förenklat delar upp hela marknaden i dels mer kvalificerade rådgivningstjänster och dels mer standardiserade / enkla redovisningstjänster - hur snabbt växer de mer *kvalificerade* rådgivningstjänster (ex. kring skatt, juridik, revision mm) årligen i % ca?

**Ingen aning.**

7b. Hur mycket växer *enklare* redovisningstjänster årligen i % ca?

**Ingen aning.**

8. Vilka topp 3-4 bastjänster är nödvändiga att kunna erbjuda inom redovisningstjänster / ekonomiadministrativa och närliggande tjänster?

**1: Lönerna är integrerad i bokföringssystemet 2: Möjlighet att kunna fakturerar via bokföringssystemet 3: sifforna är uppdaterad i real-tid.**

9. Vilka tjänster eller faktorer är allra viktigast för att kunna differentiera & särskilja sig mot andra byråer / leverantörer?

**1: Ett system som klarar av real-tid uppdatering; ska inte behöva vänta två veckor för beslutsunderlag 2: Service perspektiv; mycket fokus på personliga relationer.**

10a. Vilken kategori av byråer växer snabbast?

**(i) De mindre redovisningsbyråerna (ex upp till 10-12 anställda)**

**(ii) Medelstora redovisningsbyråer (ex ca 15-50 anställda)**

(iii) Riktigt stora redovisningsbyråer (ex. >50 anställda)

10b. Motivera kort svaret i fråga 9a?

**1: Många mindre bolag som dyker upp på marknaden pga trenden kring digitalisering. 2: Finns också do it yourself system som dyker upp men de är inte kvalitetssäkrade dvs man behöver kompetens för bra kvalité och för rådgivning.**

**C. Outsourcing**

11. Bland kundföretag med upp till 100 anställda - ungefär hur stor del i genomsnitt av redovisnings-/ekonomiadministrativa tjänsterna (ex. lönehantering, fakturahantering, utläggsredovisning, årsredovisning etc.) är outsourcade dvs sköts av en extern redovisningsfirma?

(i) 0-10 %

(ii) Ca 10-20%

(iii) Ca 20-30%

(iv) Ca 30-40%

(v) Ca 40-50%

(vi) Ca 50-60%

**(vii) Ca 60-70%**

(viii) Ca 70-80%

(ix) Ca 80-90%

(x) Annan % sats, ange vilken

12. Bland kundföretag med upp till 100 anställda – ca hur mycket växer outsourcing per år avseende redovisnings-/ekonomiadministrativa tjänster (ex. lönehantering, fakturahantering, utläggsredovisning, årsredovisning etc.)?

(i) Kundföretagens outsourcing ökar i snitt 2-5% årligen

**(ii) Kundföretagens outsourcing ökar i snitt 5-10% årligen**

(iii) Kundföretagens outsourcing ökar i snitt>10% årligen

(iv) Kundföretagens outsourcing ökar inte +/- 0%

(v) Annan % sats, ange vilken

13a. För vilka specifika redovisnings-, ekonomiadministrativa- och närliggande tjänster ökar outsourcing till externa byråer mest?

**1: Lönehantering 2: Deklaration**

13b. Motivera kort svar i 13a

**D. Digitalisering**

14. Bland kundföretag med upp till 100 anställda – i vilken genomsnittlig omfattning är hanteringen redovisningstjänster ’digitaliserad’?

*[dvs digitaliseringsgrad i % genom hela kedjan: input av redovisningsdata – hantering/processande av data – output / presentation av data för olika redovisningstjänster]*

(i) 0-10 %

(ii) Ca 10-20%

(iii) Ca 20-30%

(iv) Ca 30-40%

(v) Ca 40-50%

(vi) Ca 50-60%

(vii) Ca 60-70%

**(viii) Ca 70-80%**

(ix) Ca 80-90%

(x) Annan % sats, ange vilken

15a. I vilken takt ökar digitaliseringen dvs digital hantering av redovisningstjänster bland kundföretag med upp till 100 anställda?

(i) Mycket hög takt, ex >20% årligen

**(ii) Hög takt ex 10-20% årligen**

(iii) Ganska hög takt, ex 5-10% årligen

(iv) Låg takt, ex <5% årligen

15b. Motivera kort svar i 12a

16. Förenklat – ca vilken digitaliseringsgrad ligger er byrå på avseende hantering av redovisningstjänster uppskattningsvis?

(i) 0-20 %

(ii) Ca 20 - 40 %

(iii) Ca 40 - 60 %

(iv) Ca 60 – 80 %

**(v) Ca 80 – 90 %**

(vii) Annan % - ange

17. Vilka är de 2-3 största utmaningarna för en redovisningsbyrå i omställningen till ett effektivt digitaliserat arbetsflöde för redovisningstjänster?

**1: Utveckling och tekniska sidan; att man behöver kunniga utvecklar vilket det är alltid brist på. 2: Svårt att vara kvar på framkanten; man måste ständigt uppdatera sina system 3: Kunderna har en stor förvänta att vi ska kunna kan fixa allt; måste jobba hårt för att mötta deras förväntan.**

18a. Hur svårt på en skala 1-10, där 7 är svårt och 9 är mycket svårt, är det att få medarbetare på byrån att effektivt ställa om till digitala arbetsflöden?

**5**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Generationsfråga. Svårt för små ekonomiavdelningar som har jobbat med papper och pärmar i flera år. Vår generation är ju uppväxt i digital världen så det är inte så svårt**.

19. Vad krävs konkret för att klara av de största utmaningarna i omställningen till ett effektivt digitaliserat arbetsflöde för redovisningstjänster?

**1: Man måste vara noggrann att förstå vad kunderna vill ha och hitta en digital lösning som är anpassad till det; bli inte bara digitaliserad för att vara digitaliserad.**

**E. Effekter av skala och digitalisering**

20. Vi kan inte se att större redovisningsbyråer som vuxit & konsoliderats och som dessutom satsar på digitala arbetssätt har en högre lönsamhet än branschen som helhet – vilka faktorer förklarar att det ser ut så?

**Stora bolag tror att de har bra koll men de kanske inte gör det. Innan kunde man leva på ett bra varumärke. Idag räcker det inte att bara vara digitaliserad och ha en good brand; du måste också fokusera på personliga relationer.**

21. Vad krävs för att större redovisningsbyråer som växer och satsar på digitala arbetssätt även ska lyckas få en högre lönsamhet än branschen som helhet?

**1: Stor fokus på personliga relationer; måste vara sjukt lojal och har stor empati för kunderna**

**F. Leverantörer – Lojalitet & byte**

22a. Hur lätt eller svårt är det för ett kundföretag med upp till 100 anställda att byta leverantör av redovisningstjänster?

(i) Mycket svårt

(ii) Svårt

(iii) Ganska svårt

(iv) Inte så svårt

**(v) Enkelt**

22b. Motivera kort svar i fråga 22a

**För kunden är det ganska enkelt; beror kanske lite på hur van personalen är att anpassa sig till en ny byrå.**

23. Vad får kundföretag att byta leverantör av redovisningstjänster – exemplifiera 2-3 anledningar?

**1: Prisfråga 2: Vill ha mer än bara simpla tjänster t.ex rådgivning 3: Kunden växer väldigt snabbt och byrån klarar inte av att vara med.**

24a. Hur många år i genomsnitt stannar ett kundföretag hos en och samma leverantör av redovisningstjänster?

(i) 2-5 år

(ii) 5-10 år

(iii) 10-20 år

(iv) >20 år

**Vet inte**

24b. Kort motivering till fråga 24a, vilka faktorer förklarar att kundföretagen i genomsnitt använder samma leverantör under den genomsnittliga tid du anger i 24a?

**G. Sälj**

25. Hur vinner man effektivt nya kunder; 2-3 viktigaste framgångsfaktorerna / argumenten?

**1: Hög fokus på effektivitet 2: Att allting är uppdaterad; uppdaterade system och beslutsunderlag som produceras i realtid.**

26. Som grov tumregel, av de som arbetar direkt med kunder, ca hur stor del av totala arbetstiden läggs på aktivt sälj i %?

(i) Ca 10-20% aktivt sälj

(ii) Ca 20-40% aktivt sälj

(iii) Ca 40-60% aktivt sälj

(iv) Ca 60-80% aktivt sälj

(v) Annan % sats på aktivt sälj – ange %

**Har en säljavdelning som fokuserar på det.**

**H. Konkurrens**

27a. Är framväxten av aktörer som Aspia och Ludwig ett stort eller litet konkurrenshot?

**Inte så stor.**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**Vi väldigt digitaliserad och mycket mer framåt jämfört med de. Aspia är ett välkänt namn, har många kunder från sin tid under PWC.**

28a. Är ökad digitalisering i marknaden ett stort eller litet hot?

**Möjlighet och hot**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Kan vara att branschen digitaliseras bort men det är osannolikt. Byråerna måste skapa en ny value proposition i digitala världen; fokus på rådgivning och relationer.**

29. Vilka är ert företags 3 främsta styrkor, som gör er mer framgångsrika än andra byråer?

**1: Sjukt framåt i digitaliseringen. 2: Effektivt system; uppdateras och korrigeras löpande. 3: Lätt tillgänglig app som kunderna kan lätt förstå och använda. 4: Rådgivning; har en hel olika kompetens för att kunna klara av det.**

**I. Pris**

30a. Många tjänster som förenklas & digitaliseras prissätts som abonnemang med fasta priser per månad och användare eller anställd – är det en bra modell för digitaliserade redovisningstjänster?

**(i) Ja**

(ii) Nej

(iii) Vet ej

30b. Motivera kort svar i fråga 30a

**Kunderna tycker att det är ganska tryggt att det är så; kan tänka igenom om det är värt för de att ingå i en relation och blir lätt kunden för att budgetera.**

31. Ca vad är marknadens spann avseende timpris idag för redovisningstjänster (timpris eller spann i kronor)?

**1000 kr/timme**

32. Ca vad är marknadens spann avseende abonnemangspris för redovisningstjänster ex. per användare och månad eller liknande?

**Vet inte**

**J. Övrigt**

33. Ungefär hur är omsättningsuppdelning i % mellan era 3-5 huvudsakliga tjänsteområden?

**1: Löpande bokföring 2: Mängdas och årsbokslut 3: Deklaration: 4: Rådgivning**